اقتصاد شمولي دعائمه الأخلاق

تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي

19\2018

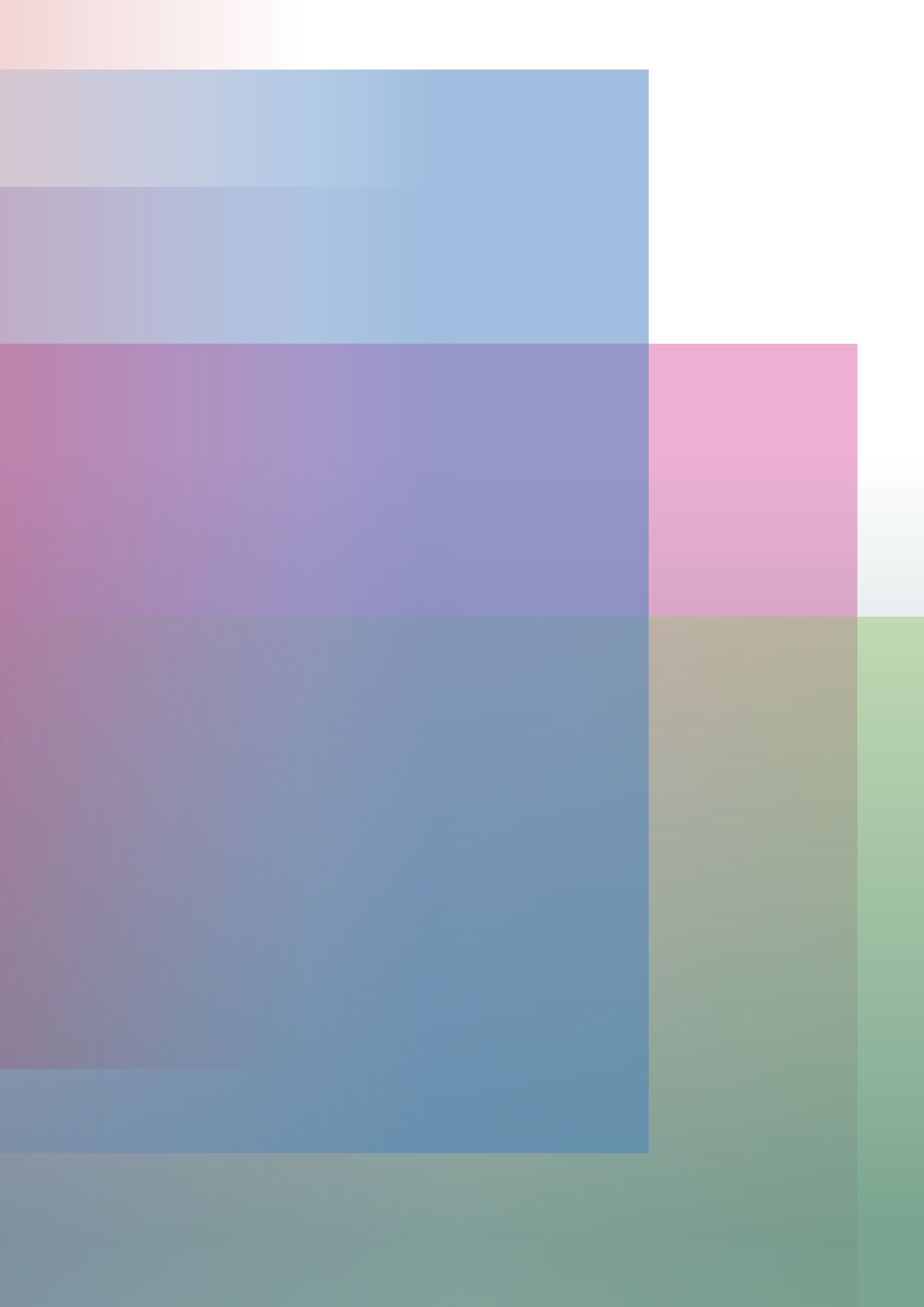
بالتعاون مع

DinarStandard

مُطوّر ومَنتج من قبل







الملخّص التنفيذي

بسم الله الرحمن الرحيم

يُلقي تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي 2018\19 الضوء على آخر التطوّرات والتوجّهات لهذا الاقتصاد كما يمنح القرّاء صورةً عن الاتجاه المستقبلي لهذا القطاع.

يواصل الاقتصاد الإسلامي نموّه الثابت بفضل انتشار 1.8 مليار مسلم حول العالم وبعد تقدير الإنفاق الإسلامي بقيمة 2.1 ترليون دولار أمريكي في العام 2017. ولكن ما يزال هناك مجال كبير لنمو الاقتصاد الإسلامي ونضوجه، إذ بالكاد لامست الاستثمارات المُفصَح عنها في الأسهم الخاصة قيمة 745 مليون دولار أمريكي على مدى ثلاثة أعوام وهو رقم أقل بكثير من الاستثمارات في الأسهم الخاصة ورؤوس الأموال المُخاطرة التي قاربت 595 مليار دولار أمريكي في العام 2017 على المستوى العالمي.

وعلى الرغم من الحاجة إلى مزيد من الدعم الحكومي في بعض مجالات الاقتصاد الإسلامي، إلاّ أننا شهدنا درجة أكبر من الاهتمام بالخطوات التي يتعيّن القيام بها للمضي بالاقتصاد الإسلامي قُدُماً، وخصوصاً في ما يتعلّق بالأنظمة واللوائح. بتنا أيضاً نرى دولاً تتصدّر الريادة في هذا الاقتصاد مثل الإمارات العربية المتحدة وماليزيا بالدرجة الأولى، والمملكة العربية السعودية وإندونيسيا بالدرجة الثانية.

يقدّر هذا التقرير إنفاق المسلمين حول العالم بـ2.1 ترليون دولار أمريكي في العام 2017 على القطاعات المعيشية، فيما بلغ إجمالي أصول قطاع التمويل الإسلامي 2.4 ترليون دولار أمريكي. احتل قطاع الأغذية والمشروبات المرتبة الأولى من حيث إنفاق المسلمين الذي بلغ 1.3 ترليون دولار أمريكي، تبعه قطاع الألبسة حيث بلغ الإنفاق 270 مليار دولار أمريكي، ثمّ قطاع الإعلام والترفيه حيث بلغ الإنفاق 209 مليار دولار أمريكي، ثمّ قطاع السياحة بقيمة 177 مليار دولار أمريكي، أمّا الإنفاق على المستحضرات الدوائية ومستحضرات التجميل فبلغ 87 مليار دولار أمريكي و61 مليار دولار أمريكي على التوالي.

كما أثبت الاقتصاد الإسلامي مواكبته لآخر التطوّرات على المستويين التقني والاستثماري، فقد اعتمدت الشركات تقنية البلوك شين للسداد، وللتأكّد من الالتزام بمعايير الحلال أو لتقفّي الأغذية والمنتجات الدوائية من مرفق التصنيع إلى التاجر بالتجزئة. أمّا على صعيد التمويل الإسلامي، فتوسّع تقنيات البلوك شين والتقنيات الآلية نطاق الوصول إلى الخدمات المالية.

كما يتم إدخال التقنيات الذكية في قطاع الألبسة مثل الحجاب الذكي المرتبط بنظام تحديد المواقع العالمي للدلالة على أقرب مواقع الصلاة. وبالمثل، يتم الاستثمار في الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي وإنترنت الأشياء، مما يدلّ على الاستعداد لتلبية احتياجات المسلمين للقرن الواحد والعشرين.

إلى ذلك، يواكب الاقتصاد الإسلامي التوجّه العالمي المتمحور حول تقديم منتجات وخدمات قائمة على معايير أخلاقية محددة، فهو يُعتبر متماشياً تماماً مع هذا التوجّه، بدءاً من التمويل الإسلامي القائم على معايير أخلاقية وعلى أحكام الشريعة الإسلامية، وصولاً إلى الأغذية الحلال التي تعزز الثقة ما بين المنتِج والمستهلك — من المزرعة إلى المائدة. تعتبر شركة بلوسوم فاينانس (Blossom Finance) الإندونيسية خير مثال على ذلك، بفضل حلولها القائمة على تقنية البلوك شين لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الحصول على التمويل اللازم من خلال الصكوك.

وفي هذا الصدد، تعمل الشركات الإسلامية على تلبية التوجّه العالمي المتنامي القائم على منتجات طبيعية ونباتية، بدءاً من مستحضرات التجميل الحلال والتداوي بالطب البديل الحلال، وصولاً إلى اللقاحات المنقذة للحياة الخالية من أي مكوّنات حيوانية.

يتخطى عدد الشركات في قطاع **الأغذية الحلال** ذلك الموجود في أي من قطاعات الاقتصاد الإسلامي الأخرى. وتزداد باقة المنتجات المقدّمة عاماً بعد عام بفضل اتساع نطاق المكوّنات الحلال، كما باتت الشركات توسّع محفظات منتجاتها تلبيةً لمختلف الأذواق حتى الرفيعة منها، بدءاً من الطلب المتزايد على جبنة الموزاريلا الحلال وصولاً إلى الأغذية العضوية الحلال. في هذا السياق، أصبحت



الشركات المتعددة الجنسيات أكثر إدراكاً لهذه الفرص واغتناماً لها، مثل شركة هاريبو الشهيرة التي افتتحت متجر حلوى حلال في لندن، وشركة ميتسوبيشي اليابانية التي استحوذت على حصة أقلية في شركة الإسلامي للأغذية الإماراتية. تواصل أنشطة الدمج والاستحواذ نموها على الرغم من استمرار الحاجة إلى استثمارات كبيرة للارتقاء بالقطاع إلى مستوىً أبعد - علامة أغذية حلال عالمية. كما يشهد الإشراف التنظيمي على إنتاج الأغذية الحلال تحسناً منتظماً، حيث تحتل دولة الإمارات العربية المتحدة وماليزيا الريادة في هذا الإطار. ونظراً لنمو الإنفاق الإسلامي على الأغذية والمشروبات بمعدّل 6.1% ومن المتوقّع بلوغه 1.9 ترليون دولار أمريكي بحلول العام 2023، هناك فرص هامّة للاستثمار وإنشاء علامات أغذية حلال عالمية.

يتحوّل قطاع **التمويل الإسلامي** سريعاً إلى قوة لا يُستهان بها، خصوصاً في دول منظمة التعاون الإسلامي التي تشهد ارتفاعاً في معدلات تغلغل خدمات الصيرفة الإسلامية وتحديداً في دولة الإمارات. أمّا في ماليزيا فقد لعبت قروض التمويل الإسلامي دوراً أكبر من القروض التقليدية في تشكيل محرّك النمو للنظام المصرفي في العام 2017. يتوسّع امتداد التمويل الإسلامي ليتخطى مراكزه الرئيسية في دولة الإمارات وماليزيا، ليضم أسواقاً جديدة من إفريقيا الشرقية وآسيا الوسطى، سعياً من الحكومات لتعزيز الشمول المالي. هذا وتستمر عمليات إصدار الصكوك، بما في ذلك إصدار إحدى دول مجلس التعاون الخليجي للمرّة الأولى صكوكاً بالدولار الأمريكي وبقيمة مليار دولار. بالإضافة إلى ذلك، يتم تطوير منصات استثمار إسلامية قائمة على التكنولوجيا المالية، بدءاً من تأسيس الشركة الأولى لتقديم الاستشارات المالية الممتثلة لمبادئ الشريعة الإسلامية عبر شبكة الإنترنت، وصولاً إلى أول منصة للاستثمار في الذهب بما يراعي مبادئ الشريعة الإسلامية. يعتبر التمويل الإسلامي قطاعاً مزدهراً، حيث تُقدّر أصول العام 2017 بقيمة 2.4 ترليون دولار أمريكي ومن المتوقّع أن ترتفع إلى قيمة 3.8 ترليون دولار أمريكي بحلول العام 2023.

يشهد قطاع **السياحة الحلال** ازدهاراً كبيراً ومجالات سياحية متنوعة من الناحية الثقافية، والتاريخية، والدينية والشاطئية. وتلقى المنتجعات الشاطئية المراعية للمبادئ الإسلامية شعبيةً واسعة على وجه الخصوص، فيما تقوم حكومات منطقة الشرق الأوسط والشرق الأقصى بتوسيع نطاق خدماتها ومرافقها تلبيةً لاحتياجات العدد المتزايد من المسلمين المسافرين. كما بدأت خدمات السفر عموماً بمراعاة الخصوصيات والقيم الإسلامية كي توفّر عروضاً ملائمة للمسلمين المسافرين، بدءاً من شقق الإجازات بنظام المشاركة لوقت محدد في دبي وصولاً إلى مجموعة متنامية من التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تلبّي احتياجات المسلمين المسافرين. وبالفعل، من المتوقّع أن تدعم رقمنة السياحة الحلال ازدهار القطاع الذي سيستفيد من من خاصّية التعلّم الآلي ومن القدرة على تقديم توصيات سياحية مصممة وفق معطيات العميل الخاصة بفضل توظيف خدمات السياحة الحلال لتحليل البيانات المجمّعة. هذا وقد بلغ الإنفاق الإسلامي على قطاع السياحة الحلال 177 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 274 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.

من ناحيته، يَلقى قطاع **الأزياء المحافظة** مزيداً من الرواج والقبول، فلم يعد مستغرباً أن نرى عارضات يزيّن بحجابهنّ منصات عروض أهم العلامات وأفخرها، أو أن نرى أناقة الحجاب تتصدّر أغلفة أكبر مجلات الأزياء الأوروبية. وفي تقدّم ملفت، بدأت المتاجر الكبيرة الأكثر شعبية إطلاق مجموعاتها الخاصة من الأزياء المحافظة بدءاً من مايسيز (Macy's) في الولايات المتحدة وصولاً إلى ماركس أند سبينسر (Marks & Spencer) في المملكة المتحدة إضافةً إلى متاجر إتش أند إم (H&M) حول العالم. وفي هذا السياق، أصبحت الممثلة الماليزية نيلوفا وجهاً للعلامة الفرنسية لانكوم (Lancôme) وهي أول امرأة محجبة تضطلع بهذا الدور. كما يستمر إطلاق علامات الأزياء المحافظة الجديدة في دول منظمة التعاون الإسلامي فيما يطلق مسلمو جيل الألفية صيحات جديدة في الدول ذات الأغلبية المسلمة وغير المسلمة على السواء. هذا وقد بلغ الإنفاق الإسلامي على الملبوسات 270 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 361 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.

يستقطب قطاع **الإعلام والترفيه الحلال** شريحةً أوسع من الجمهور بدءاً من شاشات السينما وصولاً إلى مواقع على غرار نتفليكس (Netflix) تقدّم محتويات تراعي المبادئ الإسلامية مخصصة للأطفال. هناك طلب متزايد في منطقة الشرق الأوسط على المحتوى باللغة العربية، حيث نرى نتفليكس (Netflix) تعدّ برامج محلية فيما تستمر المسلسلات التركية بكسب شعبية كبيرة تتخطى حدود الدولة وخصوصاً على مستوى الأعمال الإنتاجية الكبيرة مثل "أرطغرل" الذي يعتبر النسخة العثمانية من مسلسل صراع العروش (Game of Thrones) الذي تعرضه شبكة إتش بي أو الأمريكية. إلا أن الشعبية المتزايدة لا تنحصر فقط ببرامج الترفيه التي تتناول مواضيع إسلامية، بل هناك عدد من التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يتم إطلاقها تلبيةً لاحتياجات المسلمين الروحية كما شهدنا انعقاد مهرجان الثقافة والأدب الإسلامي الأول (MFest) في لندن. بلغ الإنفاق الإسلامي على قطاع الإعلام والترفيه 209 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 288 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.

يواصل قطاعا **المستحضرات الدوائية الحلال ومستحضرات التجميل الحلال** نموهما في ظل توافر المزيد من المكوّنات الحلال مما يفتح المجال لمزيد من المنتجات. في هذا الصدد، يشهد مجال المغذيات الدوائية الحلال اتساعاً ملحوظاً، كما يكتسب التداوي بالطب البديل الحلال وهو مفهوم حديث النشأة في قطاع المستحضرات الدوائية، شعبيةً متزايدة. وتجدر الإشارة إلى أن هذا المفهوم الجديد يجمع ما بين المعالجة الروحية والعلاجات المتأتّية من مصادر حلال. هذا وقد بلغ الإنفاق الإسلامي على المستحضرات الدوائية 87 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 131 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023، فيما بلغ الإنفاق على مستحضرات التجميل 61 مليار دولار أمريكي ومن المتوقّع أن يبلغ 90 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.

الاقتصاد الإسلامي العالمي

قطاع السياحة الحلال
2017 177 مليار دولار أمريكي
2023 274 مليار دولار أمريكي

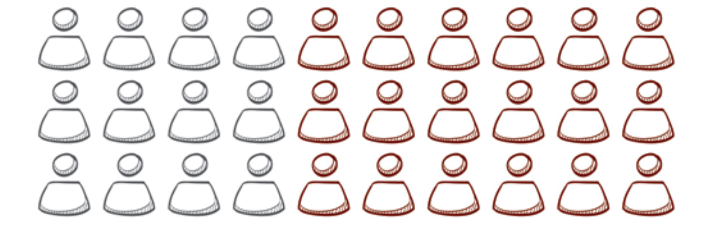
قطاع الأغذية الحلال
2017 1,303 مليار دولار أمريكي
2023 1,863 مليار دولار أمريكي



قطاع التمويل الإسلامي
2017 2,438 مليار دولار أمريكي
2023 3,809 مليار دولار أمريكي

المحرّكات الرئيسية الحالية

1 وتيرة النمو الأسرع والسكان الأكثر شباباً



2017 ———— 2060 ----

1.8 مليار مسلم

3.0 مليار مسلم (↑70%)



24 متوسط العمر (2015) في العالم الإسلامي

مقابل



32 متوسط العمر (2015) في باقي العالم

2 استثمارات هامّة في الاقتصاد الإسلامي

745 مليون دولار أمريكي

الاستثمارات المُفصح عنها في الأسهم الخاصة أو في رؤوس الأموال المُخاطرة، 2015 - 2018

3 حركة تجارية كبيرة في منتجات الاقتصاد الإسلامي المتعلقة بنمط الحياة

الواردات
271.8 مليار دولار أمريكي

الصادرات



210.5 مليار دولار أمريكي

بحسب بيانات الدول الإسلامية (منظمة التعاون الإسلامي*) للعام 2017

قطاع الأزياء المحافظة

2017 270 مليار دولار أمريكي

2023 361 مليار دولار أمريكي





1.8 مليار مسلم

24% من إجمالي سكان العالم

قطاع الإعلام والترفيه الحلال

2017 209 مليار دولار أمريكي

2023 288 مليار دولار أمريكي

قطاع المستحضرات الدوائية الحلال

2017 87 مليار دولار أمريكي

2023 131 مليار دولار أمريكي

قطاع مستحضرات التجميل الحلال

2017 61 مليار دولار أمريكي

2023 90 مليار دولار أمريكي



حجم سوق الاقتصاد الإسلامي

2017 2,107 مليار دولار أمريكي

2023 3,007 مليار دولار أمريكي

الممكّنات المستقبلية

1 التمويل المتاح للاستثمار



3.2 ترليون دولار أمريكي صناديق الثروة السيادية الكبرى في دول منظمة التعاون الإسلامي

1.7 ترليون دولار أمريكي الأوراق المالية العالية السيولة

المجموع **4.9 ترليون دولار أمريكي**

2 ضرورات الابتكار



تقنية البلوك شين في المنتجات الحلال



العملات المشفّرة في قطاع التمويل الإسلامي



إنترنت الأشياء في قطاعي الإعلام والسياحة

3 الفرص الأخلاقية في الاقتصاد الإسلامي

دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة:

1 القضاء على الفقر
2 القضاء التام على الجوع
3 الصحة الجيدة والرفاه
4 التعليم الجيد
5 المساواة بين الجنسين
7 طاقة نظيفة وبأسعار معقولة
8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد
9 الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية
10 الحدّ من أوجه عدم المساواة
12 الاستهلاك والإنتاج المسؤولان
13 العمل المناخي
14 الحياة تحت الماء
15 الحياة على البر

قطاع الأغذية الحلال



يمكن القول أنّه ما من دولة من دول منظمة التعاون الإسلامي، في ما يتعلّق بقطاع الأغذية تحديداً، تندرج ضمن فئة منظومة الحلال الشامل. فقد أصبحت سلسلة إنتاج الأغذية في يومنا هذا في غاية من التنوّع، ومع توافد المكوّنات من كافة أنحاء العالم نجد عدداً من عناصرها غير حاصل على شهادة الحلال وإن لم يكن حراماً (محظوراً).

يشكّل المسلمون البالغ عددهم 1.8 مليار نسمة، ربع سكّان العالم وبالتالي هناك إمكانيات كبيرة لإنتاج الأغذية والمشروبات الحلال.

ويتم اغتنام هذه الفرص حول العالم بدرجات متفاوتة من قبل الشركات الإسلامية وغير الإسلامية على السواء. وفي الواقع، تتواجد أهم علامات الأغذية الحلال ومنتجيها في دول غير إسلامية مثل الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة والصين، فيما انضمت دول منظمة التعاون الإسلامي لمواكبة التيّار تلبيةً للطلب المحلي واقتناصاً لفرص التصدير.

ويتم بذل مساعٍ حثيثة لخلق منظومة حلال تماماً "كلّه حلال" ما يسفر إلى جانب عولمة إنتاج الأغذية، عن تداعيات عالمية. فقد شدّدت المملكة العربية السعودية على سبيل المثال، متطلبات منح شهادة الحلال ما يهدد قدرة البرازيل على تصدير اللحوم إلى أكبر سوق لها في الشرق الأوسط. في الوقت عينه، تعتزم إندونيسيا بحلول العام 2019 تطبيق إجراءات ملزمة للحصول على شهادة الحلال، على الرغم من الصعوبات الجمّة التي تواجهها الدولة في وضع هذه الإجراءات بسبب الانتشار العالمي لمصادر الأغذية وغيرها من المنتجات التي تدخل الدولة.

على الرغم من عدم ارتقاء أنظمة القطاع إلى أفضل الممارسات الدولية بعد، إلاّ أنّه تمّ إطلاق عدد من المبادرات في دول منظمة التعاون الإسلامي سترفع المعايير بشكل عام. كما أنشأت ماليزيا هيئة السلطات الدولية للمنتجات الحلال للإشراف على هيئات اعتماد الحلال وتنظيمها ولمنع أي سلوكيات تسعى لتحقيق الربح. أمّا تركيا فقد أسست من جانبها هيئة اعتماد الحلال.

يواصل المنتدى الدولي لهيئات اعتماد الحلال في دولة الإمارات تثبيت قواعده مع انضمام أعضاء من مختلف أرجاء العالم، من إسبانيا إلى قرغيزستان ومن الأردن إلى الفلبين. من العوامل الرئيسية لنجاح المنتدى الدولي لهيئات اعتماد الحلال ومنظومة الحلال ككلّ، أن تصبح هيئة السلطات الدولية للمنتجات الحلال الماليزية جهةً معتمدة عالمياً.

تواصل كبرى شركات إنتاج الأغذية المتعددة الجنسيات مساعيها في الحصول على شهادات الحلال في إشارة إلى استدامة القطاع على الأمد البعيد، بدءاً من شركة هاريبو إلى شركة نستله وصولاً إلى مجموعة الصافولا في المملكة العربية السعودية. هذا وقد استحوذت شركة ميتسوبيشي اليابانية في العام 2018 على حصة أقلية في شركة الإسلامي للأغذية الإماراتية.

كما بات قطاع الأغذية الحلال يلقى شعبيةً أكبر إذ إنه يُعتبر محلّ ثقة، لا سيّما في الصين التي شهدت عدداً من الفضائح في قطاع الأغذية في السنوات الأخيرة. فعلى الرغم من تشكيل المسلمين أقليةً في الصين الا أنّ الجزء الأكبر من إنتاج الأغذية الحلال في الدولة يتم استهلاكه محلياً. غير إن الصين تستعد كذلك لأن تصبح مصدّراً هامّاً للأغذية الحلال، فهناك أكثر من 5,000 شركة عاملة في قطاع الأغذية الحلال في محافظات شينجيانغ وجانسو وشيان ولانتشو وحدها.

وعلى الرغم من عمليات الدمج والاستحواذ والاكتتابات العامة الأولية، إلا أن قطاع التغذية ما يزال منطوياً على فرص غير مغتنَمة. تمّ تقدير إنفاق المسلمين على الأغذية والمشروبات بمبلغ 1.3 ترليون دولار أمريكي في العام 2017، ومن المتوقّع أن تبلغ هذه القيمة 1.9 ترليون دولار أمريكي بحلول العام 2023.



قطاع الأغذية الحلال

إجمالي الإنفاق في سوق الأغذية الحلال



المحرّكات الرئيسية الحالية

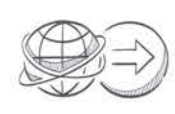
1 استثمارات الاقتصاد الإسلامي الهامّة في قطاع الأغذية الحلال



667
مليون دولار أمريكي

2 حركة تجارية كبيرة في قطاع الأغذية الحلال

الصادرات (بالآلاف)



124,754,129
دولار أمريكي

الواردات (بالآلاف)



191,530,990
دولار أمريكي

عرض مفصّل لواردات الأغذية الحلال في دول منظمة التعاون الإسلامي (بالآلاف)





منتجات الخضروات
92,457,900 دولار أمريكي



مدخلات معالجة الأغذية
63,203,938 دولار أمريكي



اللحوم والحيوانات الحية
35,869,152 دولار أمريكي

بحسب بيانات الدول الإسلامية (منظمة التعاون الإسلامي*) للعام 2017

الدول الأولى من حيث الإنفاق الإسلامي على الأغذية

1 إندونيسيا 170 مليار دولار أمريكي

2 تركيا 127 مليار دولار أمريكي

3 باكستان 118 مليار دولار أمريكي

4 مصر 86 مليار دولار أمريكي

5 بنغلادش 76 مليار دولار أمريكي

6 إيران 63 مليار دولار أمريكي

7 السعودية 51 مليار دولار أمريكي

8 نيجيريا 47 مليار دولار أمريكي

9 روسيا 41 مليار دولار أمريكي

10 الهند 38 مليار دولار أمريكي

الممكّنات المستقبلية



قطاع التمويل الإسلامي



أصبح التمويل الإسلامي قطاع لا يُستهان به وتحديداً في مراكز التمويل الإسلامي الرئيسية في دول مجلس التعاون الخليجي وماليزيا ولندن، وذلك بفضل أصول عالمية تتخطى قيمتها 2 ترليون دولار أمريكي.

وترسّخ أسس القطاع القائمة على مراعاة الشريعة الإسلامية المبادئ الإسلامية بنجاح، مما يستقطب عملاء جدد من المسلمين وغير المسلمين على السواء الذين يبحثون عن طرق أكثر أخلاقية لتمويل المشاريع ودعمها.

ويعتبر معدّل اختراق المصارف الإسلامية في دول مجلس التعاون الخليجي، دليلاً على نمو القطاع فقد ارتفع من 31% في العام 2008 إلى 45% في العام 2017، مع زيادة بقيمة 1.14 مليار دولار أمريكي في العام 2018 وحده في ودائع غير المقيمين في المصارف الإسلامية في دولة الإمارات.

وقد ترسّخت أهمية التمويل الإسلامي في ماليزيا في العام 2017، إذ تخطى التمويل الإسلامي القروض المصرفية التقليدية ليصبح المحرّك الأكبر لنمو النظام المصرفي المحلي، مسجلاً زيادة بنسبة 71% في العام الفائت.

وعلى الرغم من استمرار مراكز التمويل الإسلامي التقليدية في النمو بما فيها المملكة المتحدة ذات قطاع التمويل الإسلامي الأكبر في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، إلا أننا نشهد ظهور لاعبين جدد وخصوصاً إندونيسيا وباكستان، فيما تعمل حكومتا أستراليا وأوغندا على تعزيز هذا القطاع.

كما بدأت كل من طاجكستان وأوزبكستان وهما دولتان متواجدتان في آسيا الوسطى وبأغلبية سكان من المسلمين، بتنفيذ أنظمة جديدة ترمي إلى تطوير قطاع التمويل الإسلامي إدراكاً منهما لمدى الفرص الكامنة في هذا القطاع.

ما يزال القطاع المصرفي التقليدي سبّاقاً في اعتماد التكنولوجيا المالية، إلا أن رياح التغيير تعصف بالتمويل الإسلامي في هذا السياق إذ يجري اعتماد الخدمات المصرفية الرقمية والتكنولوجيا المالية على قدمٍ وساق في القطاع.

تواصل المملكة المتحدة احتلال مكانة المركز الرائد في هذا المجال إذ أسست لجنة التكنولوجيا المالية الإسلامية، فيما بدأ البنك الإسلامي للتنمية بتطبيق تقنية البلوك شين لتطوير منتجات مراعية لمبادئ الشريعة الإسلامية دعماً للشمول المالي.

في هذا الصدد، يستمر اعتماد تقنيات رقمنة الخدمات المالية وعمليات السداد وتحديداً في دول مجلس التعاون الخليجي، وتسعى مملكة البحرين في هذا الإطار أن تصبح مركزاً مالياً رائداً عبر إنشاء شراكة جديدة ما بين بنك البحرين الإسلامي وخليج البحرين للتكنولوجيا المالية، كما يتم في مجلس التعاون الخليجي إطلاق المصرف الرقمي الأول الممتثل لمبادئ الشريعة الإسلامية.

أمّا منصات الاستثمار فتشهد كذلك تنميةً في هذا النحو وغالباً باعتماد تقنية البلوك شين، فيما يتم توظيف شركات رؤوس الأموال المُخاطرة ومنصات التمويل الجماعي لتأمين رؤوس الأموال المطلوبة. ما تزال عمليات الدمج والاستحواذ نشطة مما يضمن تعزيز القطاع، كما تمّ إصدار عدد من الصكوك أهمها إصدار بنك دبي الإسلامي لصكوك بالدولار الأمريكي بقيمة مليار دولار ليصبح بذلك الجهة الأولى في مجلس التعاون الخليجي التي تقوم بعملية إصدار من هذا النوع.

كما تبشّر تنمية التأمين الإسلامي (التكافل) وغيره من المنتجات مثل المرابحة والوقف، بنمو مستقبلي واعد لقطاع التمويل الإسلامي ككلّ.

قُدّرت قيمة التمويل الإسلامي بـ2.4 ترليون دولار أمريكي في العام 2017، ومن المتوقّع أن تنمو هذه القيمة بمعدّل نمو سنوي مركب بنسبة 7.7% لتبلغ بالتالي 3.8 ترليون دولار أمريكي بحلول العام 2023.



قطاع التمويل الإسلامي

إجمالي سوق التمويل الإسلامي



إجمالي سوق الصيرفة التجارية الإسلامية

2017 1,721 مليار دولار أمريكي

2023 2,441 مليار دولار أمريكي (6٪↑)

المحرّكات الرئيسية الحالية

استثمارات الاقتصاد الإسلامي الهامّة في قطاع التمويل الإسلامي



الاستثمارات المُفصَح عنها في الأسهم الخاصة أو في رؤوس الأموال المُخاطرة، 2015 - 2018

أسواق التمويل الإسلامي الأولى من حيث الأصول

1 إيران 578 مليار دولار أمريكي

2 السعودية 509 مليار دولار أمريكي

3 ماليزيا 491 مليار دولار أمريكي

4 الإمارات العربية المتحدة 222 مليار دولار أمريكي

5 قطر 129 مليار دولار أمريكي

6 الكويت 109 مليار دولار أمريكي

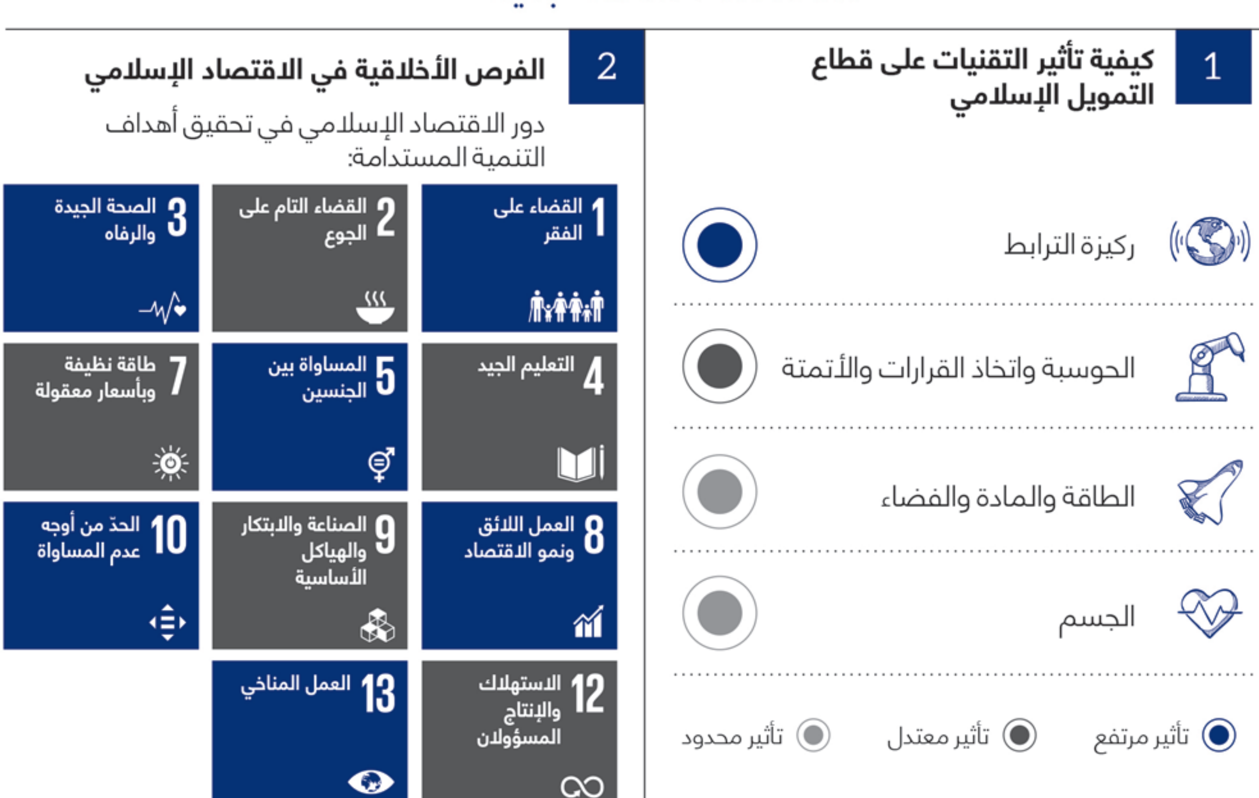
7 البحرين 84 مليار دولار أمريكي

8 إندونيسيا 82 مليار دولار أمريكي

9 تركيا 54 مليار دولار أمريكي

10 بنغلادش 34 مليار دولار أمريكي

الممكّنات المستقبلية



قطاع السياحة الحلال



يرغب المسلمون حول العالم بقضاء إجازة في بيئة تلبي احتياجاتهم بما يراعي معتقداتهم. تتراوح هذه الاحتياجات من توفير الأغذية الحلال في المطاعم والفنادق إلى الخدمات الأكثر تنوعاً مثل توفير أماكن إقامة تتضمن غرفاً مخصصة للصلاة، ومنتجعات بمرافق تفصل ما بين الجنسين وتتمتّع بحمّامات سباحة وشواطئ ملائمة للأُسَر.

وتماشياً مع نمو قطاعات الاقتصاد الإسلامي الأخرى، يرغب المسلمون كذلك بمزيد من خيارات الترفيه، والرعاية الصحية، والتسوّق المتوافقة مع مبادئ الدين الإسلامي، كما يرغبون كذلك بتوافر مزيد من خيارات التمويل الإسلامي. في هذا الإطار، تبذل دول منظمة التعاون الإسلامي مزيداً من الجهود لتلبية هذه الاحتياجات، فنرى دول مجلس التعاون الخليجي تسعى جاهدةً لتطوير خيارات سياحية مراعية للقيم الإسلامية مع صبّ تركيز خاص على تشييد فنادق ومنتجعات ملائمة للأُسَر.

وتعتبر السياحة الشاطئية على وجه التحديد مجال نمو هام وقد تبيّن ذلك جلياً في المنتجعات التركية الملائمة للأُسَر التي حققت عائدات بلغت 184 مليون دولار أمريكي في العام 2017. وعلى الرغم من تشكيل السياحة الشاطئية مجالاً استثمارياً كبيراً تتم تلبيته من قبل عدد متزايد من الدول والمشغّلين في إفريقيا الشمالية والشرق الأقصى، إلاّ أن السياحة الثقافية والتاريخية والدينية باتت تستقطب حيّزاً أكبر من الاهتمام.

وتعتبر رؤية المملكة العربية السعودية 2030 ورؤية عُمان 2040 خير دليل على أهمية المجال السياحي في دفع عجلة النمو الاقتصادي. تُضاعِف المملكة العربية السعودية جهودها لتبقى رمزاً لكرم الضيافة وحسن الوفادة وإثراء رحلة ضيوف الرحمن الدينية، ولحثّهم كذلك على تمديد إقامتهم لزيارة مواقع دينية وتاريخية وثقافية أخرى.

تخطط المملكة كذلك لاستثمار 64 مليار دولار أمريكي في البنية التحتية لمجال الترفيه على مدى العقد القادم إلى جانب توسيع مرافق الحجّ والعمرة بشكل كبير كي ينعم المعتمرون بأفضل تجربة ممكنة.

وتماماً كباقي المجالات السياحية المراعية للقيم الإسلامية، بدأت المملكة باعتماد الرقمنة لا سيّما في ما يتعلّق بالتطبيقات. ويشمل ذلك 17,000 حافلة ذكية مزوّدة بنظم تحديد المواقع العالمية وقطار فائق السرعة يربط مكّة المكرّمة بالمدينة المنوّرة.

بدأ منظمو رحلات السفر بالعمل على تلبية هذا الطلب العالمي من خلال تقديم خدمات سفر مراعية للقيم الإسلامية عبر شبكة الإنترنت، وهو مجال جاذب للمستثمرين. فقد استقطب تطبيق الحجز UmrahHajj رأسمال تأسيسي بقيمة مليون دولار أمريكي، فيما جمع موقع HolidayMe تمويلاً بقيمة 12 مليون دولار أمريكي، أمّا موقع HalalBooking.com فيسعى لجمع 10 مليون دولار أمريكي.

كما يتم التطرّق لتوفير خيارات تلبّي المتطلبات الأكثر شعبية مثل الشقق المشتركة لفترة مؤقتة في دبي، وتوظيف موقع Have halal, Will Travel لخاصية جمع البيانات التلقائي لغرض إطلاق واجهة محادثة ذكية تقدّم توصيات خاصة للعملاء.

يساعد تحسين الأنظمة الخاصة بالسياحة الحلال على دفع عجلة نمو القطاع، وقد بدأت إندونيسيا بالطلب من الشركات الحصول على شهادات الحلال وإلا ستتعرّض لغرامات، أمّا تركيا فقد أنشأت هيئة اعتماد الحلال التي تمنح الشهادات للفنادق، ومراكز التزلّج، والبواخر السياحية ولغيرها من الشركات العاملة في مجال السياحة والخدمات ذات الصلة.

هذا وقد بلغ الإنفاق الإسلامي على قطاع السياحة الحلال 177 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 274 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.



قطاع السياحة الحلال

إجمالي الإنفاق على سوق السياحة



المحرّكات الرئيسية الحالية

1 استثمارات الاقتصاد الإسلامي الهامّة في قطاع السياحة الحلال



40
مليون دولار أمريكي
تكنولوجيا قطاع السياحة الحلال

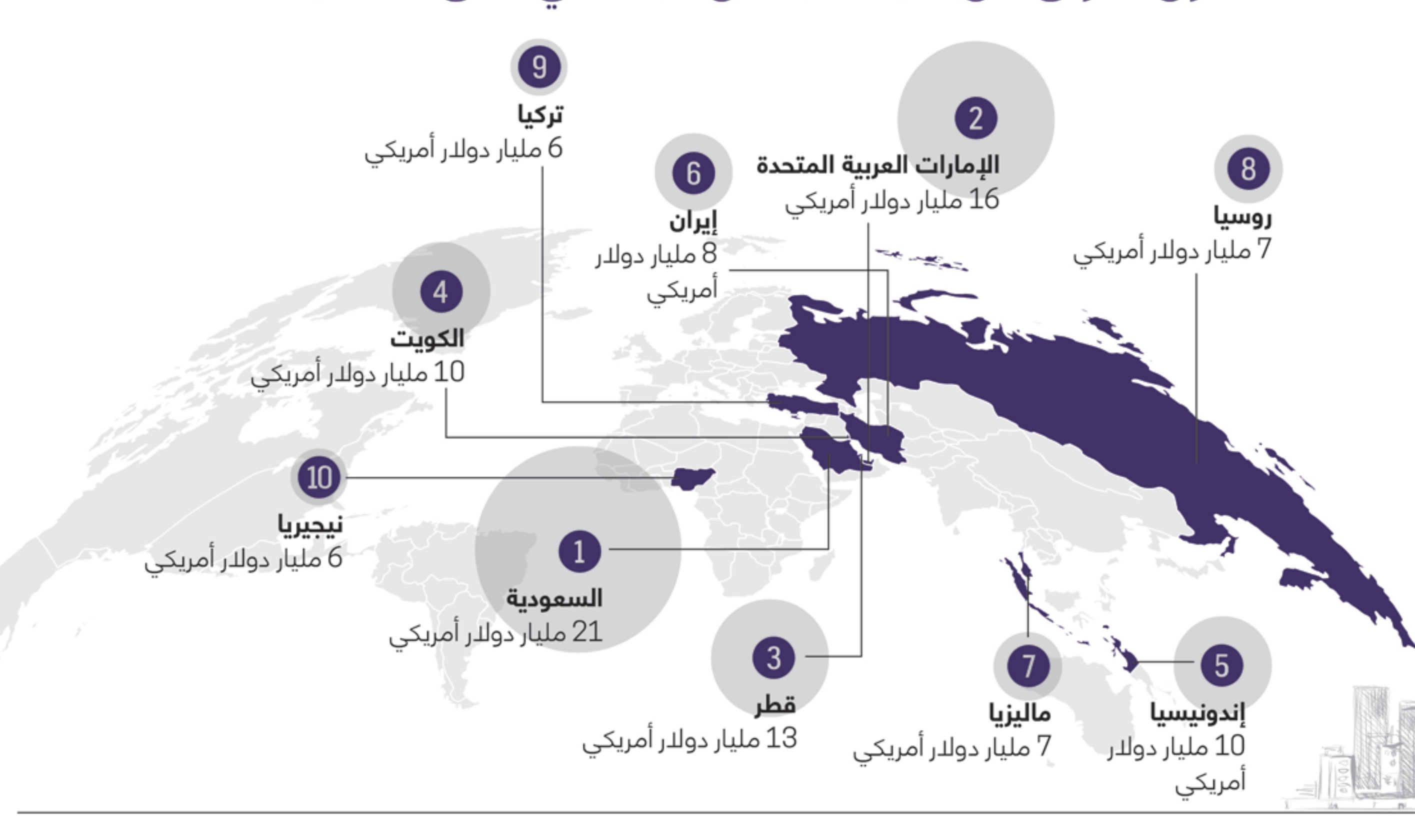
الاستثمارات المُفصَح عنها في الأسهم الخاصة أو في رؤوس الأموال المُخاطرة، 2015 - 2018

2 إنفاق نَشِط على السياحة إلى الخارج (بالمليارات)

السياحة إلى الخارج من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا — دول مجلس التعاون	54.4 دولار أمريكي
منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا— مناطق أخرى	25.7 دولار أمريكي
آسيا الشرقية	20.5 دولار أمريكي
أوروبا الغربية	16.5 دولار أمريكي
آسيا الوسطى	10.3 دولار أمريكي
إفريقيا جنوب الصحراء الكبرى	7.0 دولار أمريكي
جنوب آسيا	4.6 دولار أمريكي
أمريكا الشمالية	3.1 دولار أمريكي
مناطق أخرى	0.8 دولار أمريكي

الدول الأولى من حيث الإنفاق الإسلامي على الأغذية



الممكّنات المستقبلية

1 كيفية تأثير التقنيات على قطاع السياحة الحلال

- ركيزة الترابط
- الحوسبة واتخاذ القرارات والأتمتة
- الطاقة والمادة والفضاء
- الجسم

تأثير مرتفع | تأثير معتدل | تأثير محدود

2 الفرص الأخلاقية في الاقتصاد الإسلامي

دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة:

- 5 المساواة بين الجنسين
- 8 العمل اللائق ونمو الاقتصاد
- 9 الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية
- 10 الحد من أوجه عدم المساواة
- 12 الاستهلاك والإنتاج المسؤولان
- 13 العمل المناخي

قطاع الأزياء المحافظة



الأزياء المحافظة على الموضة! لم يعد قطاع الأزياء المحافظة محصوراً بعلامات تستهدف المسلمات الميسورات في منطقة مجلس التعاون الخليجي عبر مجموعات محدودة يتم إطلاقها في شهر رمضان المبارك أو بعض الصيحات الغريبة للحجاب فحسب.

بل باتت الأزياء المحافظة تتغلغل في عالم الموضة من كافة نواحيه بدءاً من العلامات الفاخرة وصولاً إلى المتاجر الشعبية الكبرى مع الإشارة إلى وجود مجال أكبر بكثير للنمو. فقد زيّنت أناقة الحجاب منصة عرض دواتشي أند غابانا (Dolce & Gabbana) على ضفاف بحيرة كومو، أمّا عملاق الألبسة إتش اند إم (H&M) فأطلق مجموعةً كاملة من الأزياء المحافظة بعنوان «إل تي دي» (LTD).

كما أطلق عدد من العلامات الكبيرة مجموعات من الأزياء المحافظة، فيما أطلق كل من مايسيز (Macy›s) في الولايات المتحدة وماركس أند سبينسر (Marks and Spencer) في المملكة المتحدة ماركات خاصة بالأزياء المحافظة.

هذا وقد ساعدت متاجر التجزئة الإلكترونية إلى جانب المؤثرين على الارتقاء بالأزياء المحافظة، كما أن العارضات المحجبات اللواتي حللن على أغلفة مجلات مثل كوزموبوليتان في هولندا وفوغ في المملكة المتحدة، ساهمن برفع شعبية الأزياء المحافظة. ولا ينحصر الارتقاء بقطاع الأزياء المحافظة في علامات الأزياء والمجلات الأوروبية فحسب، إذ تشهد دول منظمة التعاون الإسلامي إطلاق المزيد من علامات الأزياء المحافظة، فيما أطلق مركز التسوّق الأول من نوعه في العالم للمحجبات في اسطنبول.

كما يطلق جيل الألفية في الدول ذات الأغلبية المسلمة وغير المسلمة على السواء، صيحات جديدة في قطاع الأزياء المحافظة يتخللها ترويج لمستحضرات التجميل الحلال كذلك.

إلا أنّ إطلاق العلامات الشعبية الكبيرة للأزياء المحافظة يشكّل تحدّياً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي طورّت مجموعات محلية خاصة بها في دول منظمة التعاون الإسلامي وغيرها، ويعود ذلك إلى القصور في ميزانيات التسويق وفي عدم القدرة على التواجد في كثير من المتاجر حول العالم على عكس العلامات الشعبية الكبيرة. ولكن ما زال الطريق طويلاً أمام العلامات الشعبية الكبيرة لفهم المستهلكين المسلمين والتفاعل معهم بالشكل المناسب.

ويبدو ذلك جلياً في ما يتعلّق بمراعاة الاستدامة ومعايير أخلاقية محددة في عالم الأزياء، إذ إن الشركات الناشئة المسلمة لم تتمكّن بعد من التأقلم بالشكل الكافي مع هذه الظاهرة الاستهلاكية المتنامية.

كما أن الأزياء عالم قائم بذاته ينطوي على حساسيات ثقافية تتخطى تلك السائدة في المجتمع عموماً، وهو قطاع يتأثر بالسياسات الحكومية في الكثير من الدول. على سبيل المثال، حظرت مقاطعة كيبيك الكندية على النساء اللواتي يرتدين العباية أو النقاب الحصول على الخدمات العامة، فيما منعت كل من ألمانيا وأستراليا على الأطفال ارتداء الحجاب في المدارس.

مع ذلك كلّه، يساعد إطلاق العلامات الشعبية الكبيرة لمجموعات الأزياء المحافظة على محاربة التصوّرات السلبية المتعلّقة بالدين الإسلامي وهي مسألة إيجابية إذ ينطوي هذا القطاع على فرص نمو واعدة.

بلغ الإنفاق الإسلامي على الأزياء المحافظة 270 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن ينمو بمعدل نمو سنوي مركب بنسبة 5% ليبلغ 361 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.


Humberto Vidal / Shutterstock.com

قطاع الأزياء المحافظة

إجمالي الإنفاق في سوق الأزياء المحافظة



المحرّكات الرئيسية الحالية

1 استثمارات الاقتصاد الإسلامي الهامّة في قطاع الأزياء المحافظة

23 مليون دولار أمريكي

2 حركة تجارية كبيرة في قطاع الأزياء المحافظة



الصادرات (بالآلاف) **74,652,194 دولار أمريكي**



الواردات (بالآلاف) **1,054,411 دولار أمريكي**



عرض مفصّل لواردات الأزياء المحافظة في دول منظمة التعاون الإسلامي (بالآلاف)





معاطف النساء
96,067 دولار أمريكي



السترات والقمصان التقليدية والقمصان المشابهة للسترات* للنساء أو الفتيات
279,930 دولار أمريكي

*باستثناء المحبوكة أو المصنوعة من الكروشيه أو منها والصدارات



القمصان الداخلية وغيرها من الصدارات والملابس والتنانير الداخلية...** للنساء أو الفتيات
678,414 دولار أمريكي

**الملابس الداخلية والتحتية وملابس النوم

بحسب بيانات الدول الإسلامية (منظمة التعاون الإسلامي*) للعام 2017

الدول الأولى من حيث الإنفاق الإسلامي على الأزياء المحافظة

1 تركيا
28 مليار دولار أمريكي

2 الإمارات العربية المتحدة
22 مليار دولار أمريكي

3 إندونيسيا
20 مليار دولار أمريكي

4 نيجيريا
18 مليار دولار أمريكي

5 السعودية
17 مليار دولار أمريكي

6 روسيا
13 مليار دولار أمريكي

7 باكستان
12 مليار دولار أمريكي

8 إيران
12 مليار دولار أمريكي

9 الهند
12 مليار دولار أمريكي

10 مصر
11 مليار دولار أمريكي

الممكّنات المستقبلية



قطاع الإعلام والترفيه الحلال



يرفع المدّ جميع القوارب، هي مقولة تنطبق على الإعلام الحلال.

تُسهم التطوّرات العالمية مجتمعةً بتوسيع نطاق توافر المحتوى الإعلامي الحلال الذي يمكن للمسلمين وغير المسلمين على السواء الوصول إليه إمّا عبر الهواتف الذكية أو شاشات السينما أو في صفحات المجلات.

يشكّل الترفيه والترفيه المعلوماتي مجال عمل كبير، لذلك من الطبيعي أن يستهدف المحتوى ربع سكان العالم. هذا وتتزايد مطالب المسلمين بمحتوى ثقافي ولغوي محدد. ويظهر ذلك جلياً عبر الارتفاع في المحتوى العربي في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بنسبة 40% ما بين العامين 2011 و2014، فيما انخفض المحتوى الغربي بنسبة 55%.

من هنا، يبذل منتجو المحتوى جهودهم لتلبية الطلب في العالم العربي وخصوصاً في الدول الخليجية، فيما ترسي المملكة العربية السعودية أسساً متينة لتصبح لاعباً كبيراً في هذا القطاع عبر محفّزات حكومية. ومن المتوقّع أن يدفع رفع الحظر عن دور السينما في المملكة العربية السعودية المحتوى الذي يتناول مواضيع إسلامية إلى الشاشة الكبيرة، ما سيعود بآثار إيجابية على الشاشة الصغيرة وعلى المحتوى المقدّم إلكترونياً.

تجدر الإشارة مع ذلك إلى أن النمو ليس محصوراً بالمحتوى العربي فحسب، إذ تنال الأعمال الترفيهية التركية شعبيةً متزايدة على مدى العقد الماضي وحتى الساعة وقد تمّت ترجمتها إلى عدد من اللغات وباتت تنافس هوليوود في بعض النواحي، مثلاً من خلال إنتاجها لأعمال ضخمة مثل «أرطغرل» الذي يعتبر النسخة العثمانية من مسلسل صراع العروش (Game of Thrones).

كما تحاول هوليوود بدورها استقطاب المشاهدين المسلمين إذ تعمل مارفل كومكس على خلق أول بطل خارق مسلم، فيما كان الفيلم الأول الذي يُعرض في دور السينما السعودية بعد رفع الحظر فيلم «النمر الأسود» من إنتاج مارفل كومكس والذي انطوى على عدد من النجوم الأمريكيين من أصل إفريقي.

كما بدأنا نلتمس توجهاً من قبل الدول والمناطق ذات الأغلبية غير المسلمة يقضي بتقديم محتويات تتناول مواضيع إسلامية. فعلى سبيل المثال، قدّم المؤتمر الدولي لأمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي الأخير توصية باستحداث إعلام حلال لدول أمريكا اللاتينية، فيما عقدت المملكة المتحدة مهرجان الثقافة والأدب الإسلامي الأول في لندن.

في استجابةٍ للمستوى المتزايد من المحتوى الذي يتم عرضه إلكترونياً، تمّ إطلاق موقعٍ موازٍ لموقع نتفليكس (Netflix) بمحتوى إسلامي مخصص للأطفال اسمه علي هدى (Ali Huda). ويقدّم هذا الموقع الآلاف من حلقات الكرتون والبرامج التعليمية الترفيهية باللغتين الإنكليزية والعربية.

وتعود هذه التطوّرات إلى أن 54% من المسلمين سيكونون دون سن الثلاثين بحلول العام 2030، ما يقدّم فرصاً هائلة لمنتجي المحتوى الذي يدخلون في القطاع.

بلغ الإنفاق الإسلامي على قطاع الإعلام والترفيه 209 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 288 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.



Lepneva Irina / Shutterstock.com

قطاع الإعلام والترفيه الحلال

إجمالي الإنفاق في سوق الإعلام الحلال



المحرّكات الرئيسية الحالية

1 استثمارات الاقتصاد الإسلامي الهامّة في قطاع الإعلام الحلال



2.6
مليون دولار أمريكي

2 حركة تجارية كبيرة في قطاع الإعلام الحلال

الصادرات (بالآلاف)



2,775,460 دولار أمريكي

الواردات (بالآلاف)

5,836,593 دولار أمريكي

عرض مفصّل لواردات الإعلام الحلال في دول منظمة التعاون الإسلامي (بالآلاف)



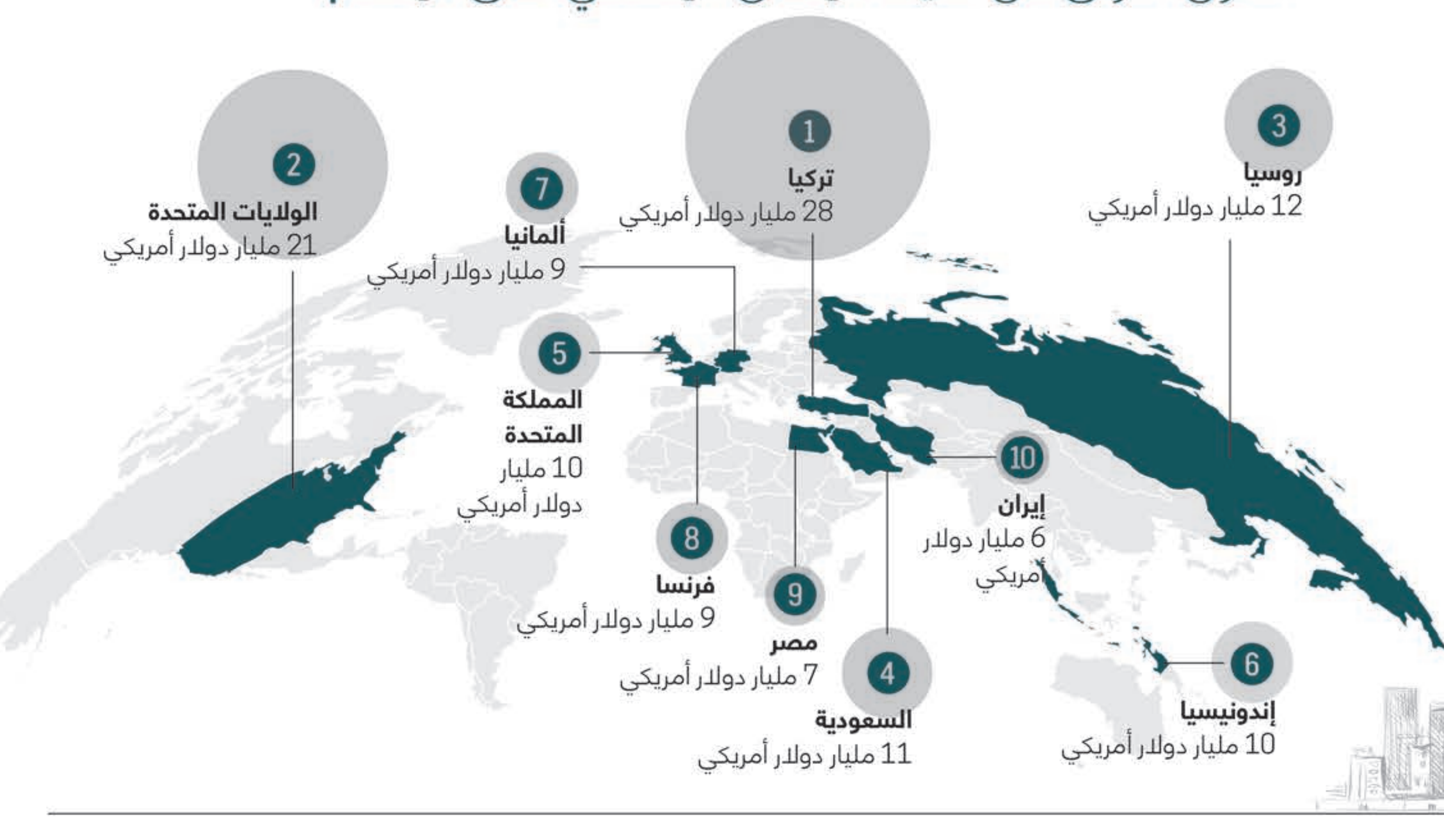


السلع الفوتوغرافية أو السينمائية
856,788 دولار أمريكي



لوازم الألعاب والرياضات والقطع والأكسسوارات الملحقة بها
4,979,805 دولار أمريكي

الدول الأولى من حيث الإنفاق الإسلامي على الإعلام



الممكّنات المستقبلية



قطاع المستحضرات الدوائية الحلال



تشجّع تعاليم الدين الإسلامي الحنيف على اعتماد نمط حياة صحي ومتوازن، غير إنّ المسلمين يواجهون صعوبات في اعتماد نهج حلال متكامل في ما يتعلّق بالعلاجات الوقائية والتفاعلية نتيجةً للقصور في منظومة الحلال الشاملة.

وقد أدّى ذلك إلى تحدّيات كبيرة على مستوى الرعاية الصحية في العالم الإسلامي مثل الظاهرة المتنامية في رفض التلقيح نتيجةً للمخاوف حول ما إذ كانت اللقاحات من مصادر حلال أم لا. إلا أن رياح التغيير قادمة مع اتخاذ منظومة المستحضرات الدوائية الحلال خطوات كبيرة إلى الأمام على مدى السنة الماضية.

ففي المرحلة الوقائية، أطلقت شركة إيه جي فارما السعودية لقاحاً لشلل الأطفال خالٍ من المواد الحيوانية، كما أنها تعمل على إطلاق لقاح شلل الأطفال المعطّل في العام 2019. تساعد مثل هذه اللقاحات على حلّ رفض المستهلكين المسلمين وغير المسلمين الذين يساورهم القلق حول اللقاحات من المواد الحيوانية.

وأيضاً من الناحية الوقائية، يشهد القطاع نمواً في المغذيات الدوائية والفيتامينات والمكمّلات الحلال المتوافرة في السوق، فيما يركّز اللاعبون الرئيسيون على تركيبات مثبتة علمياً لتعزيز الكفاءة وكسب ثقة المستهلك.

ويمكن ربط هذه التطوّرات بمفهوم التداوي بالطب البديل الحلال الذي أبصر النور حديثاً. يعتبر التداوي بالطب البديل الحلال النسخة الإسلامية من المعالجة المِثْليّة، فهو يجمع الدين بالعلوم الحديثة مع تشديد جوهري على نقاء المكوّنات (حلال/ طيب) المستخدمة في العلاج والغذاء تعزيزاً لتماثل المريض للشفاء وبما يتماشى مع المعتقدات الإسلامية.

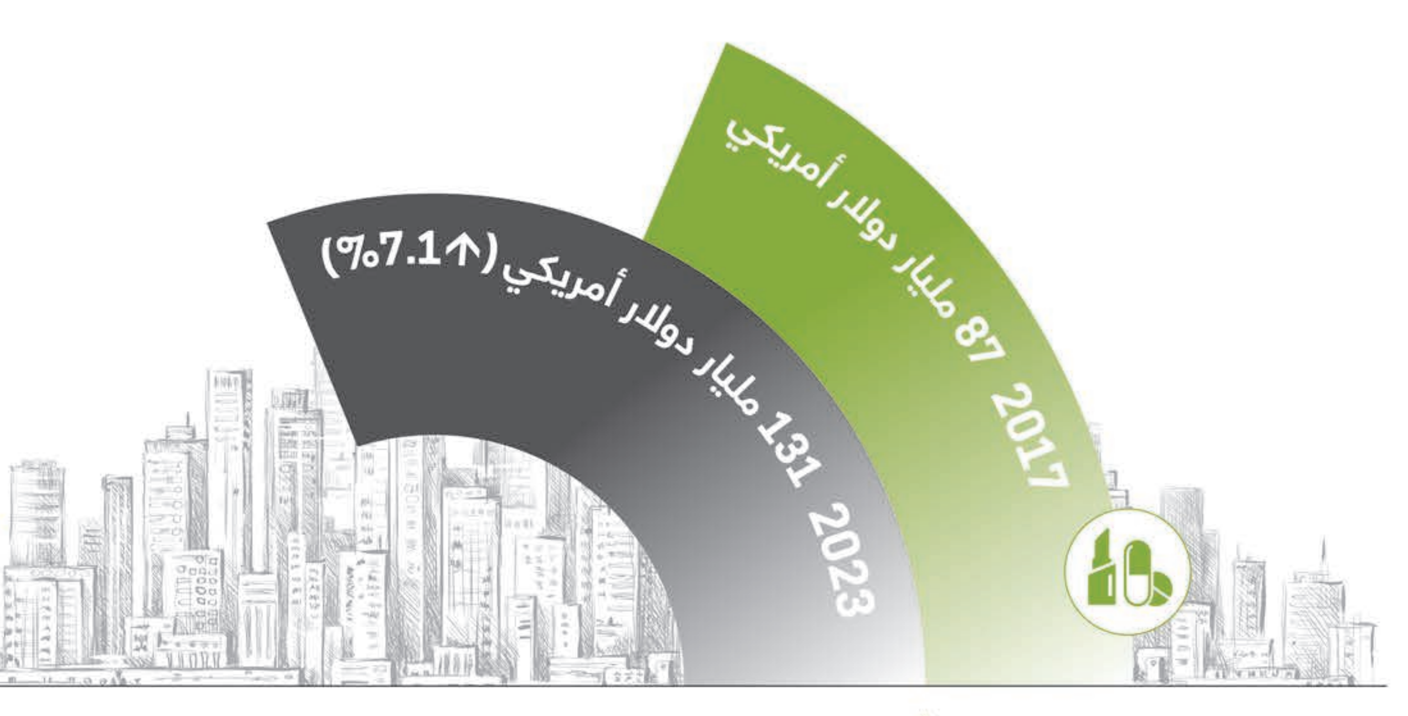
كما تشكّل معرفة أي من المستحضرات الدوائية الحلال يتعيّن وصفها، إضافةً ضرورية حيث تقوم حالياً هيئة تنمية صناعة الحلال الماليزية بوضع أول دستور دوائي حلال، فيما تعمل وزارة التنمية الإسلامية الماليزية على تطوير إجراءات لمنح شهادات الحلال للمعدات الطبية بما فيها السوائل المستخدمة في آلات غسل الكلى.

أضحت أسس المستحضرات الدوائية الحلال أكثر صلابةً، كما ستحظى بمزيد من الدعم مع توسّع دول منظمة التعاون الإسلامي في إنتاج المستحضرات الدوائية محلياً خصوصاً في دولة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وإيران، كما تمّ عقد عدد من المشاريع المشتركة في هذا الإطار على مدى العام الماضي.

وقد بلغ الإنفاق الإسلامي على المستحضرات الدوائية 87 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 131 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.

قطاع المستحضرات الدوائية الحلال

إجمالي الإنفاق في سوق المستحضرات الدوائية الحلال



المحرّكات الرئيسية الحالية

1 فرص هامّة في السوق



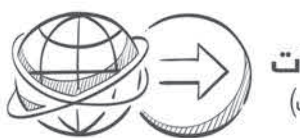
99.6

مليون دولار أمريكي

واردات الجيلاتين إلى دول منظمة التعاون الإسلامي

بحسب بيانات الدول الإسلامية (منظمة التعاون الإسلامي*) للعام 2017

2 حركة تجارية كبيرة في قطاع المستحضرات الدوائية الحلال



الصادرات
(بالآلاف)

4,267,370
دولار أمريكي



الواردات
(بالآلاف)

26,137,100
دولار أمريكي

الدول الأولى من حيث الإنفاق الإسلامي على المستحضرات الدوائية

1 **تركيا**
10.3 مليار دولار أمريكي

2 **السعودية**
7.5 مليار دولار أمريكي

3 **الولايات المتحدة**
6.8 مليار دولار أمريكي

4 **إندونيسيا**
5.2 مليار دولار أمريكي

5 **الجزائر**
4 مليار دولار أمريكي

6 **روسيا**
3 مليار دولار أمريكي

7 **إيران**
3 مليار دولار أمريكي

8 **ألمانيا**
2.7 مليار دولار أمريكي

9 **باكستان**
7 مليار دولار أمريكي

10 **فرنسا**
2.5 مليار دولار أمريكي

الممكّنات المستقبلية

1 كيفية تأثير التقنيات على قطاع المستحضرات الدوائية الحلال

2 الفرص الأخلاقية في الاقتصاد الإسلامي

دور الاقتصاد الإسلامي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة:



قطاع مستحضرات التجميل الحلال



يتعلّم المسلمون منذ نعومة أظافرهم أن العناية بنظافة الثوب وطيب الرائحة جزءٌ من توجيهات النبي محمّد (صلى الله عليه وسلم). ومن تعاليم النبي للمسلمين كذلك الابتعاد عن المكوّنات غير الجائزة دينياً: مثل مشتقات الخنزير ودودة القرمز والحيوانات غير المذبوحة على الطريقة الحلال.

تلبيةً لهذا النوع من المتطلبات، طورّ العديد من شركات مستحضرات التجميل أحمر شفاه وكريمات وشامبوهات حلال، إضافةً إلى طلاءات الأظافر التي تسمح بوصول الماء والهواء إلى الأظافر وزيوت حلال للعناية باللحى. وقد دفعت شعبية مستحضرات التجميل الحلال في صفوف جيل الألفية في أمريكا الشمالية وأوروبا والشرق الأوسط وآسيا الشرقية، بدخول لاعبين جدد إلى السوق وتوسّع اللاعبين الحاليين للحصول على حصص في السوق العالمي.

في حين لم تظهر أي ماركة إقليمية أو عالمية لمنتجات التجميل الحلال حتى الآن، إلا أن القطاع مقبل على نمو كبير إذ بلغ إنفاق المسلمين على مستحضرات التجميل 61 مليار دولار أمريكي في العام 2017 ومن المتوقّع أن يبلغ 90 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2023.

إلى ذلك، يواجه القطاع الخاضع لهيمنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدداً من التحدّيات لا سيّما من الشركات المتعددة الجنسيات التي تطلق مجموعاتها من المنتجات الحلال في الدول ذات الأغلبية المسلمة، والتي تملك بدورها ميزانيات تسويقية كبيرة وتنتشر بقوة في متاجر هذه الدول.

كما تواجه علامات مستحضرات التجميل الحلال التحديات والفرص على السواء من مجال آخر متنامي لمستحضرات العناية الشخصية: مستحضرات التجميل الطبيعية العضوية من مصادر نباتية. ينتاب المستهلكين حول العالم مساور قلق متزايدة حول مكوّنات المنتجات التي يستخدمونها، مما يسبب انتشار التوجّه لمنتجات طبيعية وأخلاقية لا تؤذي المستهلك أو البيئة. ومن الممكن لهذا التوجّه أن يتماشى تماماً مع معايير مستحضرات التجميل الحلال.

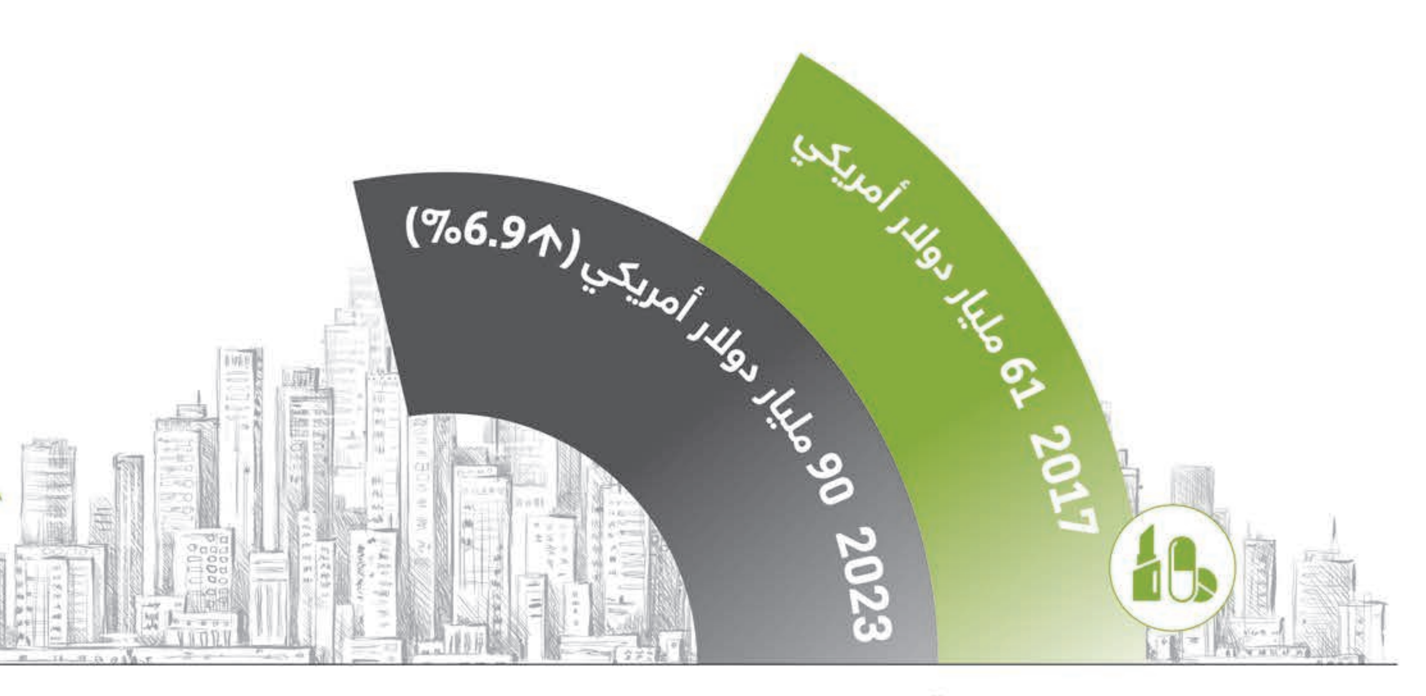
أمّا الخطورة هنا فتكمن في سهولة منح شهادة الحلال لمنتجات العناية الشخصية الطبيعية نظراً لعدم احتوائها على أي مكوّنات حرام، مما يشكّل بالتالي منافسةً قوية لعلامات مستحضرات التجميل الحلال. والبرهان على ذلك النجاح الذي تحققه مبيعات المستحضرات من مصادر نباتية من كوريا الجنوبية في دول منظمة التعاون الإسلامي.

ولكن في الوقت عينه، يمكن لعلامات مستحضرات التجميل الحلال أن تواكب التيار وتستخدم مكوّنات طبيعية عضوية من مصادر نباتية، ما يمكّنها بالتالي من استقطاب شريحة أكبر من المستهلكين. وبالفعل، فقد حصلت العديد من علامات منتجات العناية الشخصية الحلال التي حققت نجاحاً كبيراً في الفترة الأخيرة، على عدد من الشهادات متمكّنةً في الوقت عينه من موازاة المنتجات الأخرى من حيث تنوّع العروض.



قطاع مستحضرات التجميل الحلال

إجمالي الإنفاق في سوق مستحضرات التجميل الحلال



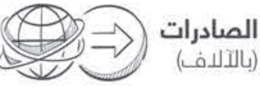
المحرّكات الرئيسية الحالية

1 فرص هامّة في السوق

25 مليار دولار أمريكي

الطلب المحتمل على مستحضرات التجميل الحلال الحاصلة على شهادة لكونها مصنوعة من مواد طبيعية/ عضوية/ فيغن

2 حركة تجارية كبيرة في قطاع مستحضرات التجميل الحلال




الصادرات (بالآلاف)
4,062,675 دولار أمريكي



الواردات (بالآلاف)
9,745,902 دولار أمريكي

عرض مفصّل لواردات مستحضرات التجميل الحلال في دول منظمة التعاون الإسلامي (بالآلاف)




الزيوت العطرية[1]	العطور ومنتجات أو دو تواليت[2]	مستحضرات الجمال أو المكياج[3]	مستحضرات مخصصة للاستخدام على الشعر	مستحضرات لنظافة الفم والأسنان[4]	مستحضرات حلاقة[5]
489,334 دولار أمريكي	2,070,600 دولار أمريكي	3,417,237 دولار أمريكي	1,815,485 دولار أمريكي	707,005 دولار أمريكي	1,246,241 دولار أمريكي

1سواء مع تربين أو من دونه، بما يشمل الزيوت المستخلصة من العجينة الخام أو الزيوت المطلقة؛ أو المستخلصة من مواد راتنجية... / 2(باستثناء لوشنات ما بعد الحلاقة، ومزيلات الروائح للاستخدام الشخصي وغسولات الشعر)/ 3والمستحضرات الخاصة بالعناية بالبشرة بما يشمل واقيات الشمس أو /4بما يشمل المعاجين والمساحيق المثبّتة لأطقم الأسنان؛ والخيوط المستخدمة... /5بما يشمل منتجات ما قبل وما بعد الحلاقة، ومزيلات الروائح للاستخدام الشخصي، ومنتجات الاستحمام...

بحسب بيانات الدول الإسلامية (منظمة التعاون الإسلامي*) للعام 2017

الدول الأولى من حيث الإنفاق الإسلامي على مستحضرات التجميل

1 **الهند** 5.4 مليار دولار أمريكي

2 **إندونيسيا** 3.9 مليار دولار أمريكي

3 **روسيا** 3.6 مليار دولار أمريكي

4 **تركيا** 3.4 مليار دولار أمريكي

5 **ماليزيا** 3.1 مليار دولار أمريكي

6 **بنغلادش** 2.9 مليار دولار أمريكي

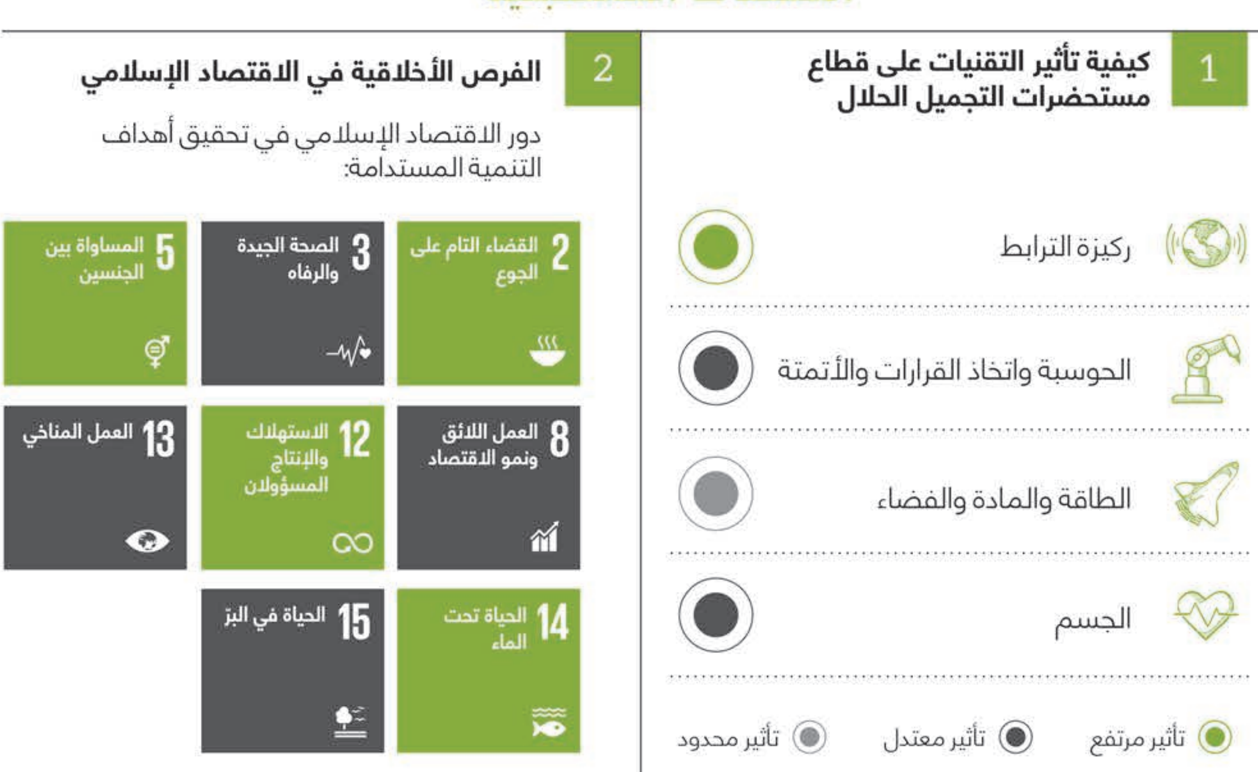
7 **العراق** 2.2 مليار دولار أمريكي

8 **كازاخستان** 2.1 مليار دولار أمريكي

9 **فرنسا** 1.8 مليار دولار أمريكي

10 **إيران** 1.8 مليار دولار أمريكي

الممكّنات المستقبلية



اقتصاد شمولي دعائمه الأخلاق

تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي
19\2018



مُطوّر ومُنتج من قبل





بالتعاون مع

DinarStandard